

**Талашук Катерина Федорівна,**  
*бакалавр документознавства та інформаційної діяльності Національного університету "Острозька академія"*

## **АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІАЛОЗІ "УКРАЇНА-НАТО": ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СПІВПРАЦІ**

*Стаття присвячена аналізу комунікативних технологій, що використовуються у межах співпраці України з наддержавною організацією НАТО. Автором висловлюється думка про потребу у трансформації управлінського бачення застосування технологій зміни свідомості та традиції інтерпретації українською громадськістю діалогу "Україна – НАТО". У статті подано оцінку сучасного способу реалізації потенціалу інформаційного простору як перехідної ланки на шляху до оптимізації відносин в сферах політики, економіки та міжнародних відносин.*

*The article is devoted to the covering of the main tendencies in the intensively developed relationship between Ukraine and NATO. Nowadays communicative technologies play the essential role in creation of the modern political reality. The dialog "Ukraine -NATO" is spoilt by the foreign communicative strategy. For this reason Ukrainian policy of the communication should be improved through the shifting of the public perception. Communicative technologies are the most effective methods for the social negotiation parallel with the best way of the strategic aims generating. Analyze of the current communicative conditions helps to find the functional needs which should be overviewed and gradually modified with the distinct taking consideration on the possible difficulties in the communication.*

Стратегічна взаємодія України та НАТО – ключовий індикатор успішності управління в країні. Отримання державою Плану дій щодо членства в НАТО – найближча тактична ціль, що потребує генерування сил, як політичної верхівки, так і громадського сектору. Сьогодні мова йде не про те, щоб отримати

поступки від наддержавного конгломерату, а щоб максимально наблизити Україну до світових стандартів співробітництва, насамперед у плані інформаційному.

Розвиток стосунків між Україною та НАТО набуває рис предметного діалогу [8, 57]. З точки зору конфліктології, діалог – це той оптимальний варіант вирішення амбівалентних ситуацій, котрий дозволяє перетворити у конструктив зони взаємодії, що мають різну інтерпретацію обох сторін. Інформаційний простір України дозволяє вести такий діалог за умови підготовки стратегічного бачення мети та втілення цієї стратегії через оперативну ефективність, однак інформаційні засоби перетворюються у своєрідні самокеровані системи, що не є підвладними частковим вкрапленням свідомої комунікативної політики, тому потребують уваги провідних спеціалістів інформаційних технологій та спеціалістів із стратегічного планування. Діалогічна взаємодія Україна – НАТО спотворюється спланованими інформаційними стратегіями інших держав, що змінює політичну ситуацію та спосіб входження у світову організацію. Можливо тому Німеччина, Франція не підтримують надання Українській державі ПДЧ. Відповідно до аналізу показників глобальної мережі, більшість інформаційних агентств та найоперативніших новинних ЗМІ Німеччини отримують інформацію про те, що відбувається в Україні, через іноземні засоби масової інформації (електронні ЗМК), в тому числі і через російські, що не завжди є об'єктивними у поданні інформації. При цьому електронні ресурси вважаються достовірними. Діалог між Україною та НАТО перетворюється на монолог збоку НАТО, результуючи нульову успішність впливу на українську громадськість, та полілог збоку України, що перетворює інформаційну стратегію на множину інформаційних повідомлень, які позбавлені ознак систематичності та синергійності. Таким чином, акумулюючи механізми комунікативного впливу через електронні засоби масової інформації, Україна повинна не збільшувати їх кількісно, забуваючи про якість, а боротися за довіру Європи, за адекватність інформаційних повідомлень, що потрапляють в іноземні національні простори. Система комунікативних технологій, що повинні бути викладені у спеціальній стратегії, може розглядатися як масштабний проект. Сьогодні Україна повинна розробляти свій власний мегапроект як ціль комунікативно-політичного проектування. Інформаційні дії, з якими стикаються всі (за проект можна вважати майже все – алгоритм поведінки, інформаційний захід, програма, новостворений засіб масової інформації), а також мегапроект, з якими теж

стикаються усі, однак не завжди помічають вплив чужого проектування на собі, спрямовані на перехід від інформаційного у інші простори – економічні, політичні, військові, базисом для чого і є зміна поведінки [7, 76].

Для створення мегапроекту входження України в НАТО безумовно потрібний новий комплексний підхід до розуміння потреби отримання членства. Таким чином, виробляючи нові способи донесення інформації, а значить – нові комунікативні технології, паралельно можна виконувати дві мети – тактичну та стратегічну.

Розбіжності у співпраці є, і з ними варто цілеспрямовано та стратегічно продумано боротися, адже ціль не є недосяжною, а цілком реальною. Вона вимагає дисциплінованості та акумулювання зусиль, насамперед інформаційних. Інформаційна сфера здатна програмувати позитив та викликати сприятливі реакції, проектуючи майбутнє максимально виважено та вірогідно. Конструювання реальності – це процес, що відбувається в суспільстві через безперервну комунікацію, тобто обмін інформацією у взаємодії. У разі, якщо цей процес відбувається керовано, доцільніше говорити про моделювання реальності, тобто “накладання” свого бачення реальності на масову свідомість через використання комунікативних технологій. Масова свідомість у будь-якому суспільстві потребує елементів соціального управління. Але управління комунікативним процесом зовсім не подібне до управління фірмою, трудовим колективом. В інформаційний простір суспільства, де моделюється політичне поле (політичний простір), “запускають” різні комунікативні технології (під комунікативною технологією розуміємо логічно завершений комплекс дій з цілеспрямованого виробництва та поширення інформації, що покликаний чинити запланований вплив на цільові групи), які покликані “створити визначену громадську думку”, певним чином сконструювати сприйняття політичних реалій і тим самим форсувати підтримку тих чи інших політичних рішень, тобто отримати зовсім конкретний результат [4, с. 2].

Тактичне покращення комунікативних технологій та створення нових методів донесення інформації до українців можна розпочати вже на сучасному етапі розвитку інтенсифікованого діалогу, нехай навіть модифікованого. Через поточну кореляцію впливу новинних жанрів у електронних ЗМІ доцільно змінювати рефлексування питань входження в НАТО у свідомості громадськості та актуалізувати точки функціональної значимості, що сьогодні є проблематичними. Мова іде про міфи, що існують

на теренах Української держави. Їх можна нарахувати близько 12. Такі протистояння у сприйнятті діяльності НАТО існують не лише в Україні, а й арабських країнах. Арабська громадськість ніяк не відділяє НАТО від західних держав. Таким чином, імідж союзу як в Україні, так і в арабських країнах, був сформований під впливом ставлення до тих подій, в яких брав участь союз. До них належить колоніальне правління у Франції, Алжирська війна; причетність Італії до подій в арабській Північній Африці; окупація Великобританією країн Перської затоки, її вплив і діяльність в цьому регіоні. Тому перед іміджеологами НАТО стоїть важке завдання на шляху формування позитивного іміджу військово-політичного союзу в Україні. Вони повинні, перш за все, розвіяти міфи, що безсумнівно функціонують в інформаційному просторі країни.

Актуальним залишається питання про те, хто ж має розвіювати ці міфи і в чиїх руках повинна знаходитися “комунікативна зброя”. Хто має координувати процес інформаційного обміну, адже функціонально причетних органів вдосталь: Центр інформації та документації НАТО в Україні, громадська ліга “Україна – НАТО, Центр програми євроатлантичної інтеграції. У результаті – діалогічна співпраця через інформаційні механізми як в глобальній мережі, так і в реальності, містить достатньо питань без відповіді. Водночас Україна демонструє свою внутрішню децентралізацію, а НАТО – невдоволення тлумаченням місії організації в Україні та відмовою надавати ПДЧ. Для наддержавної організації важливо надавати членство свідомим у своїх діях країнах, які здатні координувати інформацію та боротися за власний імідж, авторитет. Якщо українські політики припускаються помилок, то важливо, аби самі українці вказували на ці помилки, а не хтось інший. Для Заходу дуже важливо, щоб усе це було почуте з України. Це важливо для України – щоб почули про це від України, а не від когось іншого[9, с. 53].

У відповідь на вимогу адекватності іміджеформуючі якості інформаційних повідомлень є слабкими та надмірно вираженими. Трію емоціоналізація – вербалізація – нейролінгвістичні засоби як елементи комунікативного впливу застосовуються дуже сухо і обмежено. Варто сказати, що прямий контакт з цільовою аудиторією – рідкісна подія, що перетворюється в маніпулювання подією. Можливо, це – цілеспрямований акт, а, можливо, – лише “біла пляма” в роботі іміджмейкерів та інформаційників. Не важко простежити, що керівники НАТО та українські політики, що займаються розробкою стратегії взаємодії з Альянсом, рідко по-

перше бувають в Україні, по-друге, рідко виступають на пряму перед громадськістю. Швидше за все, відбуваються закриті зустрічі. Легше в текстах та виступах простежити м'якість і невизначеність, відсутність чітких позицій: жодної конкретної позиції, що і підсилює варіативність і готовність до впровадження сприятливого мовного сприйняття.

Комунікативні технології сьогодні пропонують кардинально новий спосіб висвітлення іміджу наднаціональних єдностей в межах національних інформаційних просторів. Резонансні технології вибудовуються з акцентом на отримувачів інформації. Резонанс (франц. *resonance*, від лат. *resono* – відгукуюсь) – різке зростання амплітуди встановлених вимушених коливань за умови наближення частоти зовнішнього гармонійного впливу до частоти одного з коливань системи. Якщо перевести це визначення резонансу з мови фізики на мову теорії комунікації, то це би означало різке зростання довіри до повідомлення, в якому зміст і форма зовнішнього впливу наближався б до змісту того, що саме очікує отримувач інформації. За рахунок цього інформаційний вхід (за амплітудою коливань, тобто за кількістю та якістю витрачених зусиль) є набагато меншим за інформаційний вихід (за кількістю людей, що довіряють та сприймають цю інформацію) [4, с. 4].

Використовуючи реорганізоване співвідношення засобів творення іміджу, етап розморожування може цілком відбутися. Свого часу психолог Курт Левін розробив модель “розморожування – заморожування”, яка в наш час є основою внесення змін в масову свідомість [7, с. 77]. Комунікативні технології, що існують сьогодні в інструментарії іміджеології, інформаційних систем, засоби зв'язків з громадськістю та новостворені способи інформування в глобальній мережі Інтернет є прийнятними за своєю суттю і не поступаються потенціалом. Відмінністю є управління ними. Інтеграційну тенденцію України використовують ще не всі сектори державної політики, тому вона ще не набула ознак пріоритетності. Процес започатковано та належного визначення щодо комунікативних технологій та управління ними ще, на жаль, нема. Ще й досі потребує чіткості інтерпретація комунікативного впливу у діалозі “Україна – НАТО”.

Творення мегапроекту впровадження якісно нових комунікативних технологій повинно передбачати те, що інформаційний простір не просто розширюється, а реструктуризується, вводяться нові вузлові точки, що змінюють поточну розстановку сил. Тому можна сказати, що проект комунікативних технологій будується на основі принципово нових глобальних смислах, нових

способах “доставки” смислів та на харизматичних особистостях [7, с. 78]. Інформація про НАТО виходить безпосередньо з вуст різних політичних сил України, які відстоюють найрізноманітніші позиції щодо співпраці. Враховуючи недовіру до влади та провладних ЗМІ, імідж НАТО сприймається громадськістю доволі негативно. НАТО на телебаченні – це колаж подій, в яких бере участь НАТО: миротворчі, екологічні, просто популістські. Люди судять про доцільність союзу лише за іноземними джерелами інформації. Обов’язково знаходяться точки дотичності, щоб досягнути прив’язаності до глядача. Зокрема в телевізійному секторі НАТО фігурує як прибічник тих чи інших позицій.

Через неоптимально координований спосіб використання комунікативних технологій, їх м’якість та нейтральність Україна і НАТО двосторонньо підтримують практично неповноцінний за своєю суттю діалог. Стратегія покращення інформаційного сектору потребує уваги як зі сторони НАТО, так і зі сторони українських інформаційних політтехнологів. Насамперед Україна повинна зайняти чіткі позиції щодо членства в НАТО і перетворити наміри та пропозиції у повноцінну інформаційну стратегію, що матиме на меті досягнення цілей (спочатку отримання ПДЧ, а потім – членство в НАТО) з урахуванням власного потенціалу, факторів та обмежень зовнішнього середовища [2, с. 53]. Складові стратегії повинні бути обов’язково інтегровані і сумісні між собою. Для цього потрібні нові ключові комунікатори, що будуть політично нейтральними та обумовленими показниками громадської довіри. Загальнонаціональні інтереси вважаються такими, що реалізуються незалежно від домінування тих чи інших підвладних структур, так як є уособленням голосу народу і залишаються поза зоною політичного колювання. Стратегія реалізації комунікативних технологій, спрямованих на покращення співпраці України та Альянсу, несумісна зі стратегіями егоцентризму тих чи інших інформаційних проєктів, а є визначено самостійною інтегративною тенденцією. Успішно керувати проєктом ведення діалогу “Україна – НАТО” можна лише суворо дотримуючись методології, при цьому враховуючи труднощі та перспективи ускладнень в інформаційному просторі в геометричній прогресії [1, с. 78].

### **Список використаних джерел та літератури:**

Cetro, Samuel C. Strategic management: a focus on process [Text]: school appliances / Samuel C. Certo, J Paul Peter – 2nd ed. – Illinois: Burr Ridge Austen Press, 1993. – 372p.

Андрієнко О. А що, коли раптом...Управління ризиками проекту [Текст] / О. Андрієнко // Консалтинг в Україні: експерт твого бізнесу: щомісячне ділове видання / гол. ред. І. Кацал. – К., 2008. – №5-6(46-47). – С. 51-53.

Бенч Д. Інвестування за кордон: коли почне імігрувати український бізнес [Текст] / Д. Бенч // Консалтинг в Україні: експерт твого бізнесу: щомісячне ділове видання / гол. ред. І. Кацал. – К., 2008. – №5-6(46-47). – С. 7-9.

Комунікативні технології моделювання політичного простору в демократичному суспільстві [Електронний ресурс] / Л. Д. Климанська. – 2005. – Режим доступу: [http://www.democracy.kiev.ua/publications/collections/conference\\_2005/setion\\_2/Klymanska](http://www.democracy.kiev.ua/publications/collections/conference_2005/setion_2/Klymanska). – Назва з екрану.

Морозов К. Інтеграція до НАТО – безальтернативний вибір України [Текст] / К. Морозов // Україна-НАТО: майбутнє в руках минулого: збірник матеріалів проекту Центру Разумкова “Підготовка України до вступу до НАТО: перспективи якісних зрушень”; ред. кол. Л. Поляков, Л. Шангіна, Н. Партач та ін. – К.: Вид-во “Заповіт”, 2004. – С. 54-55.

НАТО: річна національна програма Україна-НАТО повинна бути готовою до 20 квітня 2009 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.newsukraine.com.ua/news/136207/>. – Назва з екрану.

Почепцов Г. Мегапроекти як ціль комунікативно-політичного проектування [Текст] / Г. Почепцов // Телекритика: журн. / гол. ред. Є. Мінко. – К.: Укрдрук, 2008. – 12(58). – С. 76-79.

Рева С. Стратегія України щодо НАТО: від визнання доцільності до виконання [Текст] / С. Рева // Україна-НАТО: майбутнє в руках минулого: збірник матеріалів проекту Центру Разумкова “Підготовка України до вступу до НАТО: перспективи якісних зрушень”; ред. кол. Л. Поляков, Л. Шангіна, Н. Партач та ін. – К.: Вид-во “Заповіт”, 2004. – С. 56-57.

Шерр Джеймс. Найважливіше завдання України—набути на заході репутації країни, яка говорить правду [Текст] / Джеймс Шерр // Україна-НАТО: майбутнє в руках минулого: збірник матеріалів проекту Центру Разумкова “Підготовка України до вступу до НАТО: перспективи якісних зрушень”; ред. кол. Л. Поляков, Л. Шангіна, Н. Партач та ін. – К.: Вид-во “Заповіт”, 2004. – С. 52-53.